

УДК 32.019.51

ББК 66

**КОНЦЕПЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ГЕГЕМОНИИ А. ГРАМШИ КАК  
МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА ИНФОРМАЦИОННО-  
ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЫ**

**Шевченко, М.А.**

*студентка 4 курса, бакалавриат.  
ФГАОУ ВО " Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина".  
г. Екатеринбург, Россия  
[maria241120@mail.ru](mailto:maria241120@mail.ru)*

**Куныщиков С.В.**

*кандидат политических наук  
доцент кафедры политических наук  
Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина".  
г. Екатеринбург, Россия*

**THE CONCEPT OF CULTURAL GEOGEMONY A. GRAMCHI AS A  
METHODOLOGICAL BASIS OF INFORMATION-PSYCHOLOGICAL WAR**

**Shevchenko, M.**

*4-year student, bachelor's degree.  
FGAOU VO "Ural Federal University  
the name of the first President of Russia BN. Yeltsin. "  
Yekaterinburg, Russia  
[maria241120@mail.ru](mailto:maria241120@mail.ru)*

**Kunshchikov S.**

*candidate of political science  
Associate Professor of Political Science Department  
Ural Federal University  
the name of the first President of Russia BN. Yeltsin. "  
Yekaterinburg, Russia*

## **Аннотация**

В данной статье автор актуализирует наши знания о информационных и психологических войнах, изученных подробно еще в XX веке. Исследователь ставит вопрос, возможно ли при достаточном количестве научных разработок в этой области увидеть новые тенденции в таком феномене, как информационно-психологическая война? И для ответа на этот вопрос в работе сравниваются особенности пространств прошлого столетия и современности, где протекают политические процессы.

Так, в пространстве 21 века информационные и идеологические факторы оказывают более эффективное воздействие на противника, чем привычные нам средства вооруженного характера. Таким образом, возможно рассматривать информационно-психологическую войну как операцию в сфере изменений общественного сознания посредством смены системы ценностей, культуры, менталитета.

Исследуя под этим углом информационно-психологическую войну, автор описывает основные особенности концепции культурной гегемонии А. Грамши и возможность ее использования как методологическое объяснение интересующего нас явления.

## **Annotation**

In this article, the author updates the knowledge of information and psychological wars, studied in detail in the twentieth century. The researcher raises the question of whether it is possible to see new tendencies in such a phenomenon as information-psychological war with a sufficient number of scientific developments in this field. And to answer this question, the author compares the features of the spaces of the last century and the present, where political processes take place.

Thus, in the space of the 21st century, information and ideological factors exert a more effective influence on the enemy than conventional means. Therefore, it is possible to view the information-psychological war as an operation in the sphere of changes in public consciousness through a change in the system of values, culture and mentality.

Exploring this information-psychological warfare, the author describes the main features of the concept of A. Gramsci's cultural hegemony and the possibility of using it as a methodological explanation of this phenomenon

**Ключевые слова:** информационно-психологическая война, культурная гегемония, идеологическая мощь.

**Keywords:** information-psychological warfare, cultural hegemony, ideological power.

Такие категории, как информационные и психологические войны на сегодняшний день являются общеупотребимыми как в академическом, так и публицистическом дискурсе. Фундаментальные разработки теорий, технологий ведения таких войн были явлены миру еще в XX веке.

Термин «психологическая война» был употреблен еще в 1920 году британским историком Дж. Фуллером, исследовавшим отдельные аспекты Первой мировой войны. После Второй мировой войны термин закрепился благодаря американскому теоретику П. Лайнабарджеру. А в 1947 году вышла его книга с одноименным названием "Психологическая война". В свою очередь, термин «информационная война» был введен в 1976 году. Рассмотрим вопрос, какую актуальность сегодня имеет исследование информационно-психологической войны и, в частности, новых подходов ее анализа?

Для ответа на этот вопрос обозначим принципиальные особенности современного типа пространства, в рамках которого протекают политические

процессы. До второй половины XX века, пространства, в рамках которых существовали государства, определялись их географической принадлежностью. В свою очередь, этот фактор определял принципы введения войны на основе вооруженных столкновений, захвата территорий, контроля полезных ресурсов.

Однако, холодная война с ее новыми способами воздействия на противника, а также вступление человечества в постиндустриальную и информационную эпоху выявила новые виды политических пространств, не сводимых к географическим. Таким образом, мы можем наблюдать появление геоэкономического и информационного пространства. Комлева Н.А. выделяет внутри информационного пространства информационно-кибернетическое и информационно-идеологическое пространство. [1] Она отмечает, что сейчас потенциал и эффективность «горячих войн» начинает уступать место войнам информационно-идеологического характера, которые требуют гораздо меньших финансовых ресурсов, но обеспечивают более эффективный и долгосрочный результат. Поэтому для нас становится актуальным рассмотрение феномена информационно-психологических войн, особенно, сквозь призму нового понимания политического пространства.

Чтобы понимать все многообразие исследуемого нами явления, обратимся, в частности, к направлениям информационно-психологической войны выделенным ведущим научным сотрудником Всероссийского научно-исследовательского института при МВД РФ Смирновым А.А.:

- психологические операции, воздействующие на процесс целеполагания и выработку решений политическим и военным руководством страны в мирное и военное время;
- информационное противоборство в сфере истории;
- психологические операции в сфере культуры, воздействующие на менталитет, культуру и ценностно-нормативную систему общества; [2]

Отметим, что если первое направление касается сугубо властвующей элиты общества, то следующие направления находят свое отражение в сфере гражданского общества и общественного сознания. В своей концепции культурной гегемонии А. Грамши придает большое значение именно гражданскому обществу, т.к. согласно его теории данный институт является полноценным актором внутри государства и способен самостоятельно сопротивляться внешним вызовам.

Перечисленные выше объекты воздействия такого направления информационно-психологической войны, как менталитет, культура, ценностно-нормативная система общества, можно отнести к ментальным ресурсам идеологической мощи государства. Понятие идеологическая мощь было введено в научный оборот Комлевой Н.А., которая определяет ее как «реальную способность геополитического актора к экспансии в идеологическом пространстве, которая определяется совокупностью его ментальных ресурсов, технических возможностей распространения ментальных ценностей, а также технологий воздействия на массовое сознание». [1]

В период жизни итальянского неомарксиста Грамши такой категории, как «идеологическая мощь» еще не существовало, но смысл знакомого нам понятия «идеология» мыслитель раскрывал через взаимодействия и коммуникацию населения и правящего класса. По его мнению, для того, чтобы достичь фундаментального согласия в обществе, необходимо снизить уровень противоречий, появление которых обусловлено наличием разных интересов у социальных групп. Механизмом, который должен обеспечить согласование разобщенных интересов, по мнению Грамши, является идеология, приводящая к общему знаменателю культурную составляющую общества. Здесь важно отметить, что мыслитель определял идеологию не только как систему идей, а как практику, «социальный опыт, укорененный в жизни людей». [3] Под идеологией имеется в виду мировоззрение, которое в

неявном виде содержится в искусстве, праве, экономической активности, и в целом во всех видах индивидуальной и групповой деятельности. [3]

По Грамши для обеспечения стабильности и сплоченности государства недостаточно только репрессивных методов государственного аппарата управления, которые составляют лишь институциональную сторону государства. Так как в противном случае: при «маневренной войне», нацеленной на слом этого самого аппарата, падет все государственное здание. Необходимым компонентом функционирования государства для мыслителя является достижение культурной гегемонии, где гражданское общество и правящая элита находятся в состоянии согласия посредством общего культурного и идеологического состояния.

Данный процесс будет обеспечен только в том случае, если соответствующие государственной идеологии визуальные образы, практики будут общественно понятны и станут транслироваться в специализированных общественных институтах, которые другой неомарксист Луи Альтюсер называл «идеологическими государственными аппаратами», воплощающимися в религии, образовании, семье, политике, информационном пространстве, культуре, праве.

Тип давления, при котором возможно разрушить культурное идеологическое согласие между элитой и гражданским обществом, Грамши называет «позиционной войной в рамках гражданского общества». [3] В данном случае под позиционной войной мы будем понимать культурно-идеологическую борьбу, проводимую в разнообразных институтах гражданского общества, где осуществляется трансляция, воспроизводство ценностей, норм, установок, задаваемых властью при согласии граждан. «По мнению Грамши, без успешной позиционной войны в гражданском обществе любой вид наступления, нацеленный на то, чтобы сбросить государственные институты управления, потерпит неудачу именно из-за "траншей и фортификационных укреплений" гражданского общества». [3]

Нам представляется, что принцип «позиционной войны» позволяет методологически объяснить современные представления о информационно – психологической войне как психологических операциях в сфере культуры, воздействующей на менталитет и ценностно-нормативную систему общества.

Важно заметить, что если Грамши описывал природу государственного аппарата в тот исторический период, когда государственные идеологии имели явный характер, то в современную эпоху, когда государственные элиты не декларируют на официальном уровне определенную идеологическую систему, формирование культурной гегемонии может выражаться в ментальных ресурсах идеологической мощи, например в ценностях традиционной культуры общества, достижении науки, искусства, литературы, спорта, доминантном общественном мнении, общей эмоциональной атмосферой данного социума, [1] но и в идеологии как таковой, которая, несмотря на отсутствие официальной артикуляции, все равно существует.

Как отмечает Н.А. Комлева «практически все ментальные ресурсы идеологической мощи управляемы и могут быть изменены с помощью целенаправленного воздействия изнутри данного общества или извне». [1] В свою очередь, концепция культурной гегемонии показывает, что общественный не только экономический, но и культурный уклад поддается изменениям, на содержание которого могут влиять представители интеллигенции.

### **Список литературы**

1. Комлева Н.А. Идеологическая мощь: сущность, структура, акторы. [Электронный ресурс]. - <https://cyberleninka.ru/article/n/ideologicheskaya-mosch-suschnost-struktura-aktory-1> С. 67 – 69
2. Смирнов А Информационно-психологическая война // Свободная мысль. - 2013. - №6. - С. 95
3. Теория гегемонии Антонио Грамши и ее современное звучание [Электронныйресурс]. -<http://www.politnauka.org/library/classic/leyster.php>